小红书企业账号
运营从零到一

VISIT…

LANZAROTE Caliente.com

小红书企业账号

运营从零到一

小红书 目录

I. 开通企业账号

II. 优质笔记案例

III.如何转化

IV. 日常运营建议

小红书企业账号

小红书 目录

I. 开通企业账号

II. 优质笔记案例

III.如何转化

IV. 日常运营建议

运营从零到一

I. 开通企业账号

如何变身企业号?

申请流程

01 注册小红书账号

在app端注册小红书账号,
并为该账号绑定手机

02 提交资质进行审核

登录小红书企业号平台,
提交相关认证资质进行审核,
我们将在3-5个工作日内完成审核

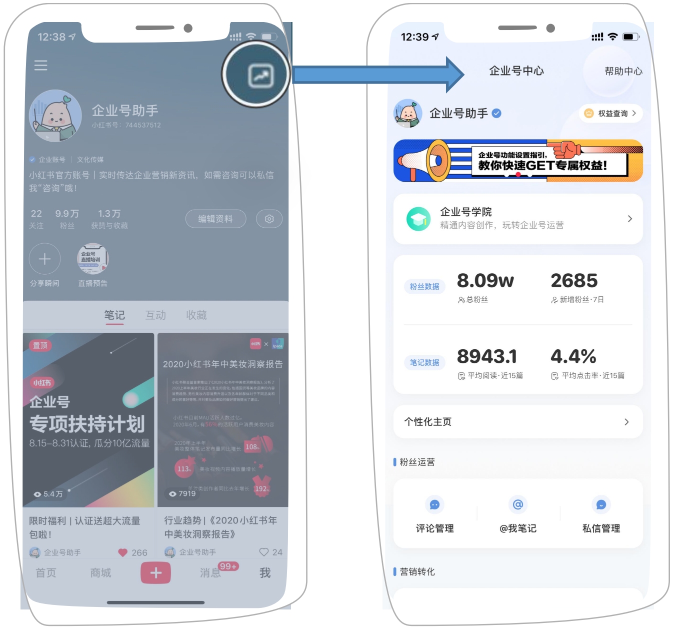
03 开启账号全新功能

审核通过后我们将为您开启全新功能

I. 开通企业账号

手机App端+PC端，双渠道管理企业号

手机App管理界面



PC端管理界面

https://business.xiaohongshu.com/

I. 开通企业账号

1、企业账号身份标识

个人主页展示“企业账号”标识，
区别于普通账号，更具官方说服力。

2、升级蓝V，解锁更多权益

拥有专属蓝V标识，支持直接展示搜索结果入口

企业自主申请认证蓝V，拥有专属蓝V标识
拥有区别与普通用户的专属展示入口，增加曝光量，吸引关注。

I. 开通企业账号

3、个性化自定义个人主页

主页头图

支持自定义个人主页的头图、简介、菜单，突出企业特色

认证标识（示例）

企业专属商业话题

支持展示企业商业话题，引导粉丝参与互动

笔记置顶

支持个人主页展示商城/薯店，方便引导直接消费

多功能组件区

店铺/薯店

支持个人主页展示商城/薯店，方便引导直接消费

企业卡片

支持展示企业卡片，展示企业地址和联系方式

线下门店引导

支持展示线下门店信息及地址，引导到店

I. 开通企业账号

企业账号权益功能展示

头像

自定义个人主页头像，突出企业特色

① 点击个人主页编辑资料键

② 进入该界面后点击修改头像

③ 进入相册后选择心仪的图片上传头像

每次编辑将会重新进入审核环节，审核通过后生效。

注意：认证通过后，账号头像、头图与简介每7个自然日仅能修改一次。

I. 开通企业账号

企业账号权益功能展示

简介

自定义个人主页简介，突出企业特色

① 点击个人主页编辑资料键

② 进入该界面后点击个人简介

③ 输入个人简介

每次编辑将会重新进入审核环节，审核通过后生效。

注意：认证通过后，账号头像、头图与简介每7个自然日仅能修改一次。

I. 开通企业账号

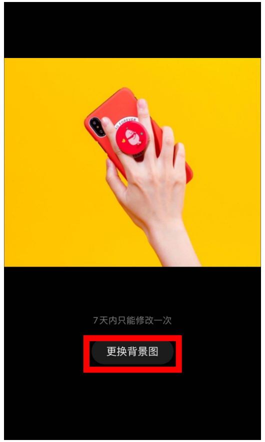
企业账号权益功能展示

主页头图

自定义个人主页的头图，突出企业特色

① 点击个人主页背景的任意位置

② 进入该界面，在该界面中点击更换背景图



③ 选择自己相册中心仪的图片上传背景图

每次编辑将会重新进入审核环节，审核通过后生效。

注意：认证通过后，主页头图每7个自然日仅能修改一次。

I. 开通企业账号

企业账号权益功能展示

企业电话

① 电脑端登录企业号平台business.xiaohongshu.com (http://business.xiaohongshu.com/)

② 点击【主页管理】

③ 进入该页面后点击【联系方式】

④ 选择拨打电话，填写电话号码

⑤ 点击提交

I. 开通企业账号

企业账号权益功能展示

企业地址

① 电脑端登录企业号平台business.xiaohongshu.com
(http://business.xiaohongshu.com/)

② 点击【主页管理】

③ 进入该页面后点击【联系方式】

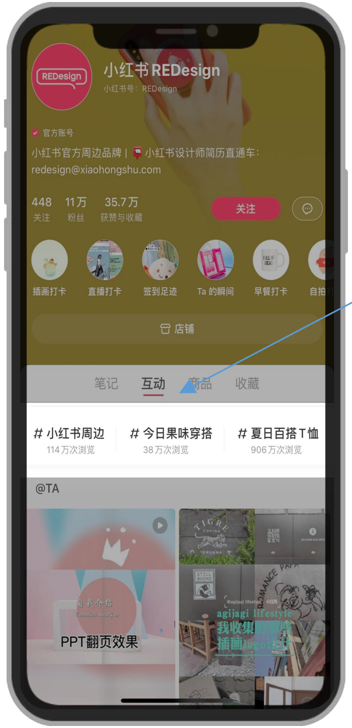
④ 选择企业地址，点击添加

⑤ 在地图中搜索地址

⑥ 点击提交

I. 开通企业账号

企业账号权益功能展示



商业话题

每个企业账号可以申请1个跟自己企业相关的免费商业话题

更好地引发用户参与话题互动，提升企业影响力

① 小红书app端进入“我”的个人页

② 点击右上角数据icon

③ 进入该页面后拉到底端，点击“商业话题”

④ 进入该页面后点击申请商业话题

⑤ 选择要添加的话题 – 提交

- 商业话题名需遵循商业话题命名规则
- 申请后，将于2个工作日内得到反馈，申请状态可在此入口查看
- 申请成功后，可在此入口查看话题页数据、话题笔记数据
- 申请成功后上线后，不支持修改名称或取消话题，请慎重申请（可联系广告邮箱，升级为付费话题后，可重新申请一个免费商业话题）。
- 付费话题，请咨询 red.ad@xiaohongshu.com

I. 开通企业账号

企业账号权益功能展示

笔记置顶

可以管理个人页面笔记
选取1篇进行置顶
优先展示重点内容

① 点击想要置顶的笔记

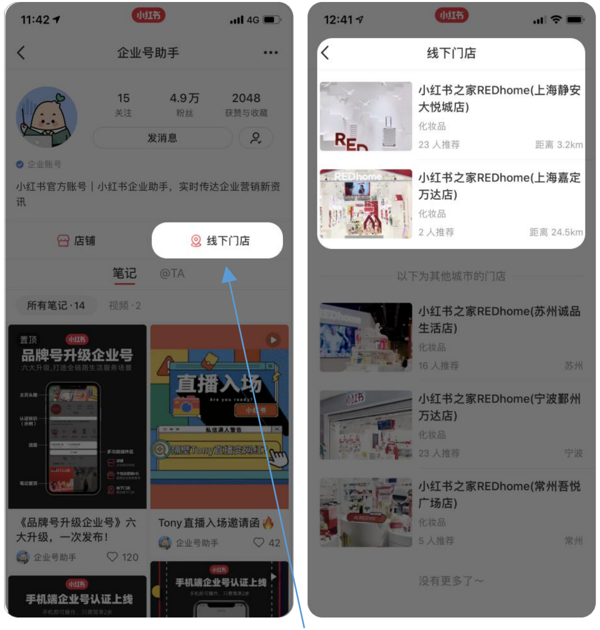
② 点击右上角详情按钮

③ 点击下方置顶笔记按钮

④ 笔记置顶成功，可在个人主页查看

I. 开通企业账号

企业账号权益功能展示



线下门店

支持绑定企业号相关线下门店
展示企业实体店，增加曝光
吸引更多消费者到店

① 电脑端登录企业号平台business.xiaohongshu.com
(http://business.xiaohongshu.com/)

② 点击【门店管理】

③ 进入该页面后点击【关联门店】

④选择相关信息输入完整门店名称

⑤ 在地图中搜索地址搜索门店POI→点击选择，进入资质上传页面”。关联门店申请审核会在2—3个工作日反馈。

小红书 目录

I. 开通企业账号

II. 优质笔记案例

III.如何转化

IV. 日常运营建议

小红书

II. 优质笔记案例 如何拥有一片高质量图文笔记?

① 民宿行业

图片方面:
简单干净的图片更容易凸显高级，符合民宿的气质，增加点击欲望。

标题方面:
尽量精炼、吸睛、讲出要点；善用emoji，善用关键词总结，制造卖点。

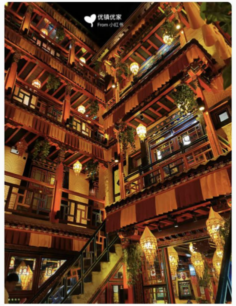
正文方面:
1、情感派 - 民宿的历史，民宿里的故事，民宿主的理想，民宿周边的故事...
2、功能派 - 民宿优秀的地理位置，周边的旅游景点，高性价比，屋内陈设...
注意精练内容，忌长篇大论；注意分段，适当使用emoji进行分割；

关键词方面:
可以适当命中关键词，重要信息前放，提升搜索曝光。
关键词参考：xx（地点）民宿，江浙沪周边游，秋季好去处...时间地点的靠近
无边海景，温泉民宿，山间民宿，亲子民宿...用户需求的靠近

上海 | 复古民宿 | 享受清晨被阳光☀️唤醒 昔舍系列的...
韦大宝 ♡ 1745

江浙沪周边游🌿打卡童话里的网红树屋民宿 暑假来了...
原舍精品民宿 ♡ 6582

90后一个人在深山里开了家民宿，是疯了吗?
有民有宿 ♡ 5604



可能是最有特色的西藏民宿✨，夜景美得让人不想出...
优镇优家 ♡ 1.3万

小红书 II. 优质笔记案例 如何拥有一片高质量图文笔记?

② 中古行业

图片方面：
高清晰度、构图精美、配色高级的产品图片，实体门店图片更容易增加点击欲望；

标题方面：
尽量精炼、吸睛、讲出要点；善用emoji，善用关键词，制造卖点。

正文方面：
注意精练内容，忌长篇大论；注意分段，适当使用emoji进行分割；
结合当下时尚热点；

关键词方面：
可以适当命中关键词，重要信息前放，提升搜索曝光。
关键词参考：中古，vintage，奢侈品牌名（如Chanel），中古包款式名(如王菲包)，鉴定、保值等；

小红书 II. 优质笔记案例 如何拥有一片高质量图文笔记?

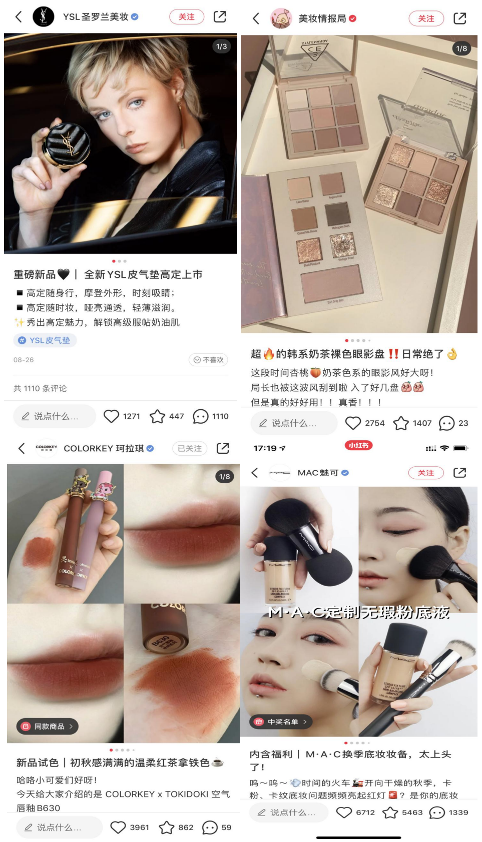
③ 美妆护肤行业

图片方面:
清晰明了的产品图，试用图，
可运用有版权的明星使用产品图，也可采取有对比适合产品测评的图片;

标题方面:
追踪热点话题，标题吸睛；注意粉丝需求，根据粉丝需求制定吸引人的标题;

正文方面:
注意精练内容，忌长篇大论；注意分段，适当使用emoji进行分割;
结合当下时尚热点;

关键词方面:
可以适当命中关键词，重要信息前放，提升搜索曝光。
关键词参考：护肤，眼影，美妆品牌名，美妆薯，美妆，明星同款（例如王子异同款色号）等;



II. 优质笔记案例 如何拥有一片高质量视频笔记?

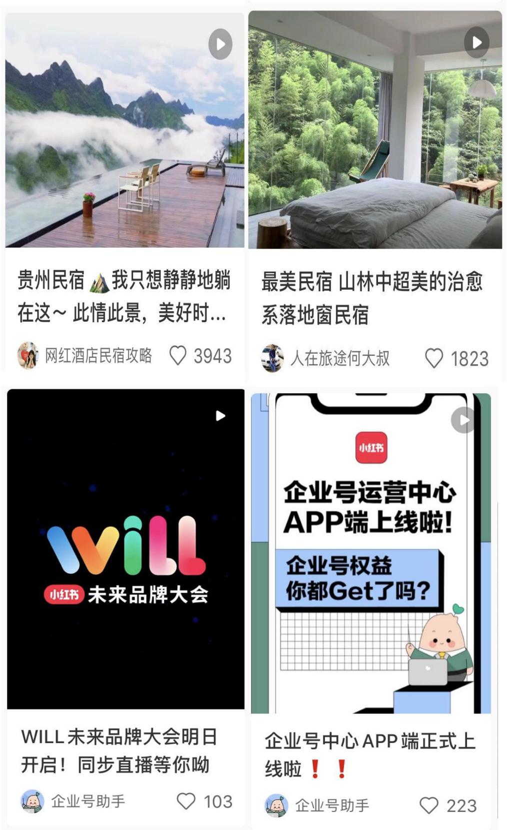
高质量视频的基本要求:
画面清晰，不建议用美颜相机，镜头平稳，音乐匹配

1、视频笔记时长
小红书目前可以上传最长5分钟的视频

2、视频基础内容
在拍摄视频比几千，可以根据视频选题，提前写好脚本，构思好视频逻辑和内容顺序

3、拍摄设备
使用录像性能较好的手机、相机进行拍摄，另外，补光灯、支架、背景布置等也是刚需

4、剪辑（推荐pr、ae、剪映等软件）
横屏类：以Vlog、美妆类内容居多
竖屏类：以穿搭类内容居多

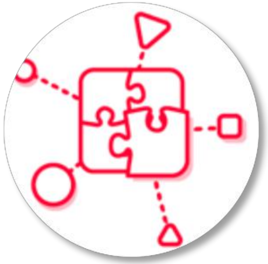


小红书 目录

I. 小红书平台内容规则
II. 优质笔记案例
III.如何转化
IV. 日常运营建议

III.如何转化

1.笔记带货



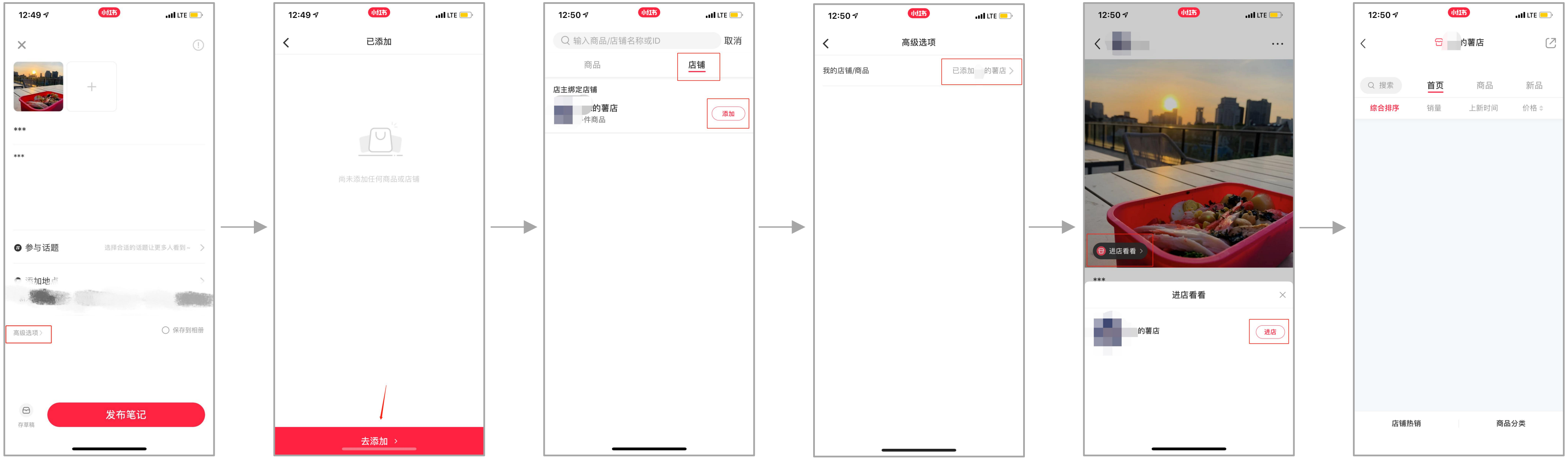
2.直播带货

3.个人页购买

4. 薯条投放

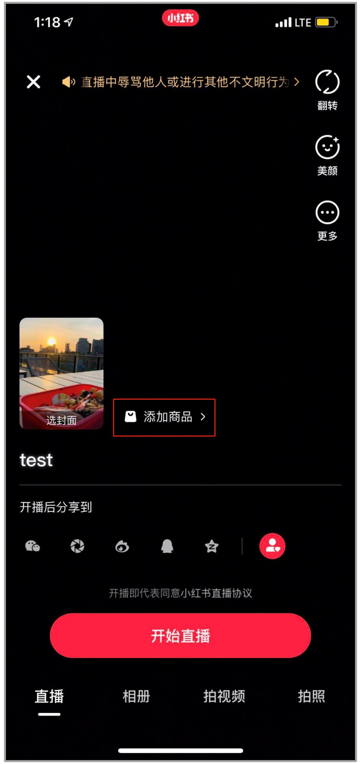
III. 如何转化--笔记带货

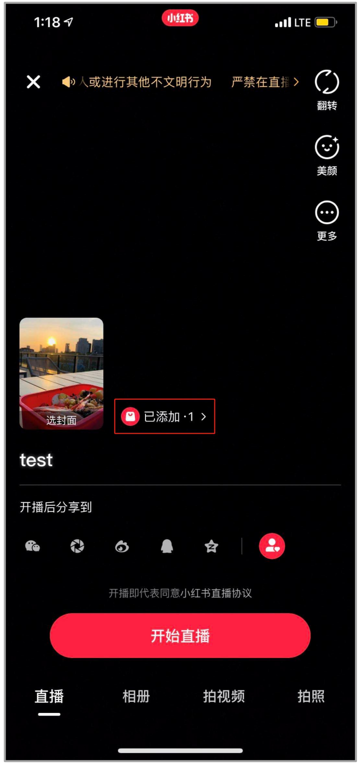
发布笔记时，在填写文字内容的步骤，点击下方「高级选项 → 添加商品/店铺」并搜索自己店铺中的商品，点击「添加」即可。



III.如何转化--直播带货

在直播开始前，点击「添加商品」，选择需要添加的商品即可。





III.如何转化--个人页购买

在发现页或关注页进入企业号个人主页，可以找到其薯店的入口，点击进入即可进行购买商品，增加商品曝光和转化

一、什么是薯条推广？

薯条是笔记曝光加推工具，通过固定曝光下数据的反馈，帮你找到笔记优化的方向。

✓ 薯条和信息流广告有什么区别?

这个产品不同于效果广告、信息流广告（目标是商业营销），薯条不是广告工具，薯条是笔记曝光加推工具，能帮助大家的是把笔记推给可能感兴趣的人。

✓薯条推广的几个特点:

1、没有广告标：薯条加推的笔记没有广告标，与普通笔记展示无差别。
2、不设固定点位：打开小红书的app首页，在发现信息流中直接随机曝光。
3、不能带有商品卡片、表单收集、落地页等有营销性质的链接。

二、什么样的内容最适合薯条推广？

1、好的笔记的首图/封面和标题，更容易引起用户的兴趣。

用户在瀑布流里面刷笔记，首图和标题是最先看到的部分，就像在人群中找人，外貌最 好看或者衣服最亮的那个人最容易被看到。 首图和封面决定点进来看内容的人有多少。

2、发布前三天、内容质量较高的笔记更有潜力。

新发布的笔记，自然流量更高，加上薯条的流量，会有更多曝光。 如果笔记自然流量下就获得了很多用户的点赞收藏，说明笔记是好内容，加上薯条的加 速曝光，会有滚雪球的效果。

OOTD｜让我做个毛衣甜妹儿 实在招架不住了

👩个人信息

160cm/46kg/大腿围 48/臀围 87/肩膀 40/腰围 67（我是典型的肩宽上身短的人间小草莓）

人均 200😂美哭我的青岛绝美无敌海景民宿❗

应该是青岛市区内视野最好的民宿了吧！在 airbnb 上看到的时候就一见钟情了，但是一度怀疑实景会不会和照片落差太大。还好它没有辜负我的期待，甚至是超出期望值！

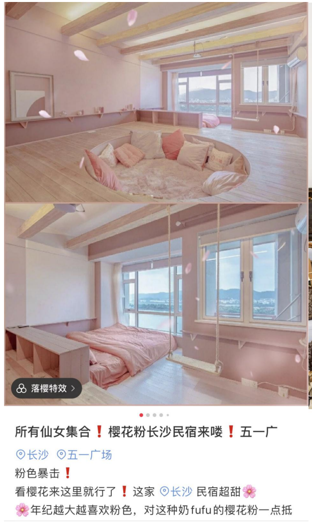
二、什么样的内容最适合薯条推广？

3、超过90天发布的曾经爆款笔记，删掉重发也许效果会更好。

如果笔记曾经是爆文，说明内容和形式是被认可的，删掉重新发布并且用薯条加推， 可能比原来效果更好。 （注：删掉过往笔记不会影响账号权重，没有账号权重这个说法）

4、有过往创作者合作笔记或者反馈较好的用户真人秀笔记，可以转载到企业号上再次发布。

创作者或者用户真实发布的笔记，给用户的感觉会真实，配合薯条加曝光，能提升企 业号的信任感。
<u>（注：企业号可以在获得原创作者同意并@原作者的情况下进行转载，不会被判定为内容重复）</u>



三、什么样的内容不适合薯条推广

1、内容发布了超过1个月的笔记

距离当前时间比较长的笔记，自然流量可能已经非常少，薯条难以带动自然流量的效果。 且用户在信息流中习惯于看到最新的笔记，突然出现一条很久之前的，用户体感比较差。

2、只做“标题党” ，前后不一致

用户被标题吸引后想更多了解内容，结果发现内容跟标题完全不一样，只会让用户走掉。 比如说笔记标题是人均100元，点进来之后发现其实不止这个价格，会容易让用户失望。

3、只堆砌关键词

如果笔记内容堆砌过多的关键词，用户的观感体验非常差，会有反效果，比如带了几十个民宿tag。

4、刷量作弊

任何刷数据包含【互赞群】这类的行为，会被抓出来记为数据作弊。数据作弊对账号有累积惩罚，且惩罚不可逆。

四、如何挑选优质笔记进行投放

1、发布时间：薯条投放只支持最近**90天内**发布的笔记

2、数据表现： 建议选择**自然流量好的**笔记，比如发布2天赞/藏超过50。原则上来说，自然数据越好的笔记， 薯条效果也越好。

3、笔记主题： 从笔记历史曝光点击的角度考虑，如果有爆款笔记，薯条效果也会不错，能够吸引新粉。

4、审核标准： 薯条不支持营销性质的笔记，如抽奖笔记、正文中带有**"购买"**、**"微信"**、**"咨询"**的笔记等，无法通过审核。

在投放前，请自查笔记中是否包含这类**诱导购买**的词汇，如有请删除。

小红书企业账号

小红书 目录

I. 小红书平台内容规则

II. 优质笔记案例

III.如何转化

IV. 日常运营建议

运营从零到一

小红书

IV. 日常运营建议

01 注重运营

- 评论回复
- 内容文案
- 积极互动
- 私信转化

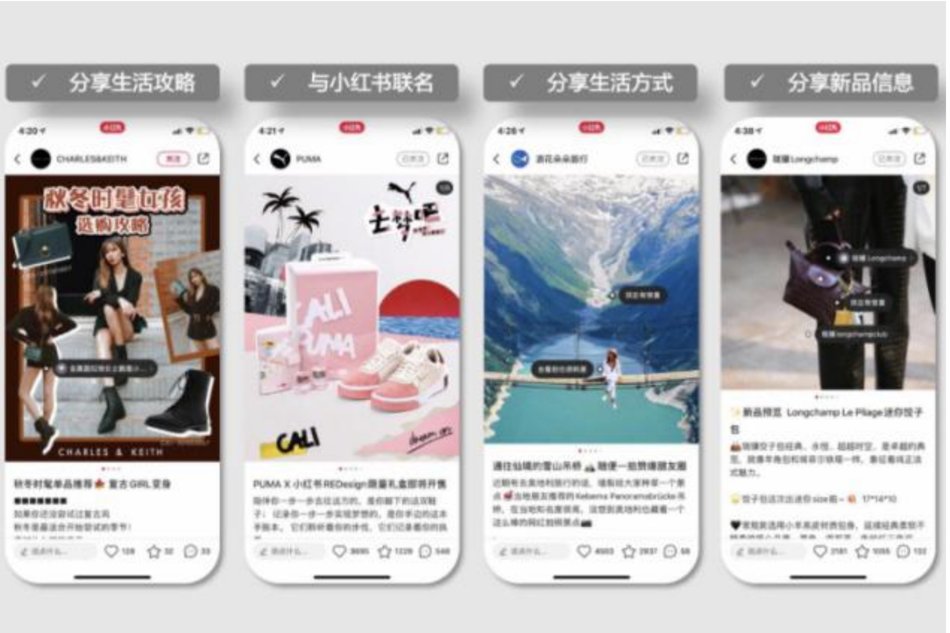
02 适当加热

- 投放要求
- 修改建议

03 内容学习

@企业号小助手
观看企业号小助手的直播
阅读企业号小助手的笔记

小红书 IV. 日常运营建议



Step1：制定运营计划

- 明确企业的定位或者入驻的目标（目标不宜过多）
- 确定运营策略，即能支撑你完成目标的方法和实现定位的内容

IV. 日常运营建议

Step2：完善账号信息和功能设置

- 头像
- 简介
- 个性化主页
- 企业卡片
- 设置自动回复
- @我笔记管理
- 薯条推广
- 抽奖
- 商业话题

小红书

IV. 日常运营建议

Step3：追踪热点话题，发笔记，多互动

- 对内容选题敏感，借助热点转移用户关注度
- 频繁与用户互动，解决用户问题
- 在热门笔记下留言互动
- 增加自身曝光
- 营销广告不可取

Step4：促活跃

- 善用私信群发功能
- 利用薯条和直播间排行榜当作杠杆放大笔记流量
- 通过热点话题带动日常笔记产生曝光
- 通过抽奖/粉丝福利和群发私信促进现有的粉丝活跃

Thank you